

## ABSTRAK

DJODJON SRIZALDI (NIM 9861110086/NIRM 983133010160063). *Pengaruh Biaya Bauran Promosi terhadap Hasil Penjualan pada Ades Paron di Kota Bandung*, (Dibimbing oleh Dedi Taufik)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran promosi yang dilaksanakan oleh Ades Paron dan menganalisa pengaruh biaya bauran promosi terhadap hasil penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode evaluasi asosiatif/hubungan sebab akibat antara biaya bauran promosi terhadap hasil penjualan, yang menggunakan data sekunder sebagai bahan utama analisa dan ditunjang dengan data primer berupa hasil wawancara tidak terstruktur dengan responden. Metode pengolahan data dilakukan dengan mentabulasikan data biaya bauran promosi dan hasil penjualan, sedangkan dalam proses analisis menggunakan metode analisis kuantitatif dan analisis kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya bauran promosi secara simultan mempengaruhi/menjelaskan hasil penjualan. Namun model regresi linier berganda yang dibuat untuk menjelaskan pengaruh/hubungan antara biaya bauran promosi (*advertising, personal selling, public relations dan direct marketing*) dengan hasil penjualan, disimpulkan kurang efisien digunakan untuk menjelaskan hubungan diantara kedua variabel tersebut. Dari empat jenis promosi yang dilakukan, penjualan secara pribadi (*personal selling*) merupakan variabel yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan.

Alokasi biaya bauran promosi masih perlu dipertahankan dengan melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap variabel yang dianggap paling dominan memberikan pengaruh langsung terhadap peningkatan hasil penjualan, serta melakukan pemeliharaan citra merek dagang dan terus meningkatkan kualitas produknya dengan mengembangkan diversifikasi model produk.